

Кравченко О.В., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку і оподаткування
ННІБТ "УАБС" СумДУ

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Система управління вартістю підприємства передбачає використання факторів формування вартості, що відображають сучасну парадигму розвитку вартісного управління та дозволяють мобільно інтегруватися до специфіки діяльності різних підприємств. В рамках управління вартістю необхідно будувати таку систему факторів, впливаючи на які можна добиватися її зростання. На вартість підприємства впливає значна кількість факторів, які часто важко виміряти й оцінити. Зміни, що відбуваються у середовищі, призводять і до складностей формування та використання системи факторів, обмежують можливості їх застосування для досягнення соціально-економічних цілей функціонування підприємств.

Проблемам визначення факторів формування вартості підприємства присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Основою таких досліджень є роботи з вартісно-орієнтованого управління: А. Рапапорта, Б. Стюарта, Г. Арнольда, Ф. Модільяні, М. Міллера та ін.

Визначення факторів за думкою Т. Коупленда, Т. Коллера, Д. Мурріна, допоможе зрозуміти яким чином підприємство створює та максимізує вартість, з урахуванням визначених пріоритетів розподілити ресурси, усвідомити та скоординувати свої дії керівникам і персоналу. Вони радять визначити 5-10 ключових факторів вартості для загальної оцінки діяльності підприємства та глибини причини виникнення проблем, максимальна кількість може становити 20. За умови використання більше 20 факторів вартості перед підприємством постане проблема вибору найбільш значимих [1].

На думку фахівців компанії McKinsey також слід призначити відповідальних за них осіб, які можуть допомогти підприємству досягти своїх цілей, контролювати їх виконання щомісячно, за необхідності вони повинні

регулярно переглядатися [2].

Здійснюючі вибір факторів слід враховувати такі принципи:

- фактори повинні напряду генерувати створення вартості, як ззовні, так із середини,
- бути деталізовані та узгоджені;
- відображати досягнутий на даний момент рівень ефективності та довгострокові перспективи зростання.

Сам процес визначення факторів вартості включає три стадії:

1. розпізнавання – передбачає побудову схему параметрів вартості з виявленням систематичних взаємозв'язків оперативних елементів підприємства з процесом створення вартості;
2. встановлення пріоритетів – передбачає визначення ключових факторів, що мають найбільший вплив на вартість, через побудову моделі дисконтованого грошового потоку та встановлення потенціалу для кожного з них;
3. інституціоналізація – відбувається введення факторів вартості в систему вимірювання вартості. Одиницею вимірювання факторів вартості стають показники діяльності [1].

Найбільш поширеним підходом до класифікації факторів є їх поділ місцем виникнення на внутрішні і зовнішні. Внутрішні фактори включають всі параметри діяльності підприємства, у тому числі виробничі, фінансові, управлінські, інноваційні, маркетингові та інші, що пов'язані з використанням всіх видів ресурсів, необхідних підприємству для провадження своєї діяльності, та є цілком йому підконтрольними. Зовнішні - визначають параметри середовища на які, суб'єкт господарювання не має вплив (загальні економічні, політичні, демографічні, соціальні та ін.) [3].

Врахування факторів у такому розрізі необхідне для визначення рівня ризиків зниження вартості, що виникають в процесі діяльності підприємства та впливу на нього зовнішнього середовища, розробки та реалізації заходів щодо мінімізації негативних наслідків. В той же час, для визначення факторів

вартості як інструментів внутрішнього впливу важливим є врахування алгоритму її оцінки, з'ясування елементів, що складають цю вартість, тобто розгляд факторів за видами вартості та методами оцінки.

Для вітчизняних підприємств основними факторами вартості виступають фінансові показники (фінансово-економічний та майновий стан підприємства, рівень технічного оснащення, частка ринку тощо). Їх вплив можна визначити за допомогою кількісних оцінок.

Однак, необхідно звернути увагу й на необхідність використання нефінансових (якісних) факторів (використання інтелектуального та соціального капіталу), які слабо піддаються формалізації. Якісні критерії характеризують внутрішні властивості підприємства, особливості його діяльності. Рівень їхнього впливу на формування вартості підприємства оцінюється за допомогою використання експертних методів (оцінки аналітиків, рейтингові оцінки). До них можна віднести репутацію підприємства на ринку, впізнавання бренду, наявність інтелектуального, людського капіталу та ін.

Все це потребує формування якісної системи інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень в розрізі основних факторів формування вартості.

Традиційно система обліку, що охоплює переважно лише балансові об'єкти формування вартості підприємства в розрізі виробничого та фінансового капіталів, майже не розкриває інформацію щодо екологічних, соціальних, інтелектуальних показників діяльності підприємств.

Складність врахування додаткових об'єктів обумовлена відсутністю обґрунтованих методичних підходів, нормативно-правових рекомендації як до визнання в системі обліку інтелектуального, людського, соціального капіталів та інших подібних позабалансових об'єктів, так і до подальшої їх оцінки.

Зростаюча роль сформованої за рахунок таких об'єктів нефінансової складової в контексті сталого розвитку підприємства ставить нові виклики перед системою обліково-інформаційного забезпечення і зумовлює необхідність розвитку «ускладненого» обліку в напрямку розширення

методологічного інструментарію для визнання та подальшої оцінки таких об'єктів для формування вартості підприємства.

Доречність використання обраних факторів залежить від виду об'єкта, різного ступеня достатності та достовірності ринкової (зовнішньої) і внутрішньої облікової інформації.

Таким чином, під час визначення факторів необхідно враховувати їх підпорядкованість, визначити ступінь впливу на результативний показник формування вартості, призначити відповідальних. Важливим аспектом є їх спрямованість не тільки на поточну діяльність, а й на довгострокову перспективу. В кожному конкретному випадку цей процес вимагає індивідуального підходу.

Література:

1. Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 2nd ed. — N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1995
2. What is value-based management? [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/what-is-value-based-management>
3. Корягін М. В. Оцінювання вартості підприємства в системі бухгалтерського обліку : монографія / М. В. Корягін. – Львів : ТОВ «НВП «Інтерсервіс». – 2012. – 262 с.

Кравченко, О.В. Фактори забезпечення управління вартістю підприємства [Текст] / О.В. Кравченко // Облік, оподаткування і контроль: сучасний стан та напрями розвитку : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. - Черкаси: Черкаський інститут ДВНЗ "Університет банківської справи", 2018. - С. 24-27.